

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Unsur Retorika pada Slogan Minuman Berbahasa Perancis”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui unsur retorika apa saja yang digunakan dalam slogan minuman berbahasa Perancis. Data yang digunakan berupa poster iklan yang memiliki slogan dan dari laman resmi minuman berbahasa Perancis. Metode yang digunakan adalah metode simak dengan teknik simak bebas libat cakap. Penulis menggunakan teori unsur retorika Fromilhague, Catherine (1995), teori bentuk dan makna, konteks dari Baylon et Mignot (1995). Simpulan yang diperoleh dari analisis ini adalah adanya penggunaan unsur retorika repetisi, metafora in absentia, metafora in praesentia, antitesis, paronomasia dan pertanyaan retorik. Unsur retorika pada slogan minuman berbahasa Perancis digunakan untuk memudahkan penyampaian suatu ide pemikiran berupa ungkapan melalui slogan agar menciptakan daya tarik bagi pembaca slogan dan konsumen.

Kata Kunci: Unsur retorika, slogan minuman, poster slogan

ABSTRACT

This thesis is entitled "Rhetorical Elements in French Drink Slogans". The purpose of this study is to find out what rhetorical elements are used in the French drink slogans. The data used is in the form of advertising posters with slogans and from the official website of the drink in French. The method used is the listening method with the speaking technique free of involvement. The writer uses the theory of rhetorical elements Fromilhague, Catherine (1995), the theory of form and meaning, context from Baylon et Mignot (1995). The conclusions obtained from this analysis are the use of rhetorical elements of repetition, metaphor in absentia, metaphor in praesentia, antithesis, paronomasia and rhetorical questions. The rhetorical elements in French drink slogans are used to facilitate the delivery of a thought idea in the form of expressions through slogans in order to create traction for slogan readers and consumers.

Keywords: Elements of rhetoric, drink slogans, slogan posters